新媒体环境下广播电台节目编辑与策划创新分析

摘　要：随着时代的发展以及互联网的广泛应用，新媒体环境发生了巨大的变化，对广播电台等传统媒体形成一定的冲击和挑战，当然也是一次机遇。因此，在新媒体环境下，广播电台等媒体要充分发挥自身优势，不断与时俱进，提高编辑工作质量，进而提高电台竞争力。本文针对目前新媒体环境下广播电台节目的编辑与策划的创新问题做出一些分析，期望对相关人士有所帮助。

关键词：新媒体环境；广播电台；编辑策划
中图分类号：G222.1　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）09-090-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.09.025

文 / 崔美花

1. 新媒体概述

新媒体属于一个宽泛的概念，其一般是借助网络技术、数字技术，通过宽带局域网、互联网、卫星、无线通信网等渠道，以及手机、数字电视机、电脑等终端，向用户提供娱乐服务和信息的传播形态，其具有海量性与共享性、交互性与即时性、个性化与社群化、多媒体与超文本等特点。

2. 新媒体环境下节目编辑与策划创新的重要意义

2.1 增强电台与受众的互动

在新媒体环境下，广播电台的编辑人员对节目进行创新，使节目变得更有吸引力，并进而加强与受众之间的互动。电台编辑人员在策划编辑节目之前，通常会调查受众对节目的需要，然后根据受众要求对节目进行编排创新，有利于提高节目质量和收听率。此外，编辑者通过调查了解受众的想法，通过让受众参加节目制作，提高电台与受众之间的互动性。

2.2 满足受众对节目信息的需求

在新媒体环境下，受众接收消息的方式有许多方法，所以电台将会面临许多竞争，要想提高电台广播的竞争力，就需要与时俱进，不断地创新，并提高信息的质量，只有满足受众对节目的需求，才能吸引受众的收听，电台广播才能够在多元化的新媒体时代存有一席之地。如何进行节目创新，满足用户对节目的需求，提高竞争力成为广播电台迫切需要解决的问题。节目组对节目要打破传统思维，不断创新，才能够吸引用户注意力，满足用户对信息的需求。

2.3 增强广播电台的竞争力

创新是企业发展的灵魂，是企业核心竞争力之一，富有创新的企业才能在目前激烈的竞争中生存发展，广播电台也是如此。以前，广播电台是人们获得信息的主要方式，但在新媒体环境下，人们获得信息的方式不再局限于广播电台这一种方式，人们可以通过网络、手机等各种方式获取自己想要的信息，而类似广播电台这种传统的媒体面临激烈的挑战，这就需要广播电台等传统媒体进行创新，改变自身传统的模式，通过更加新颖的创意吸引听众，同时面对互联网等优秀的制作水平，传统媒体也需要提高自己的制作水平，进而满足用户需要，扩大传统媒体在社会中影响力，提高自身的核心竞争力。

3. 新媒体环境下节目编辑与策划的现状

3.1 广播电台的发展现状及问题

在新媒体环境下，广播电台虽然也进行了很多创新，形式上也更加丰富，但大部分广播电视节目相似，制作粗糙，竞争力比较低。此外，目前的节目往往追求商业利益，所以在制作上会降低成本，这无疑会影响电台广播对受众的吸引力，进而降低受众对节目的认同感，以至于节目往往无人问津。同时，受众接收信息的方式往往通过收听的方式，方式单一，致使广播电台的付出和收益往往不成比例，进而广播电台会降低节目的制作成本，形成恶性循环，使广播电台的竞争力越发变弱。此外，随着互联网的发展，广播电台的听众持续减少，整个市场不断低迷，同时，广播节目较为分散，没有形成自身的品牌效应，没有深入的创作，仅仅盲目的跟风。因此，在新媒体环境下，广播电台要想获得发展，就需要解决这些问题，充分利用现在的大环境，促进自身的发展，这样广播电台才能够发挥自身的实力，制作出精良的节目，吸引更多的受众。

3.2 编辑者的现状及问题

在新媒体环境下，广播电台的节目的实际质量水平关键取决于制作者的工作态度和工作水平。人才是当前市场竞争的决定性因素之一。类似市场份额占有率低，

受众少，媒体技术不如其它技术发达等问题还都是次要问题，编辑者的制作才是重要问题。但是，现有的编辑与策划方面面临着几个大问题：首先，部分工作人员没有端正态度，认为是自身的运气不好才进入到了广播电台工作，工作时没有热情，将单位作为“踏板”或者“养老院”；此外，由于编辑工资通常较低，招收到的编辑人员水平往往较低，不能抓住新闻的关键，作品不能做到吸引受众，做不到迎合听众的兴趣，观赏价值较低，同时，编辑的失误、错报以及漏报等严重降低节目的质量；最后，不能及时调查受众的兴趣，做到贴紧贴近受众，也是目前编辑的问题之一。因此，在新媒体环境下，需要对编辑工作进行优化完善，提高员工的工资待遇，让他们能够专心工作，进而实现广播电台的可持续发展。

4. 新媒体环境下电台节目编辑创新的策略

4.1 抓住社会热点问题的关键

广播电台的节目一般都是贴合日常大众生活，与人们的生活息息相关，所以，在新媒体环境下，电台广播在编辑节目时就要抓住这一关键性的问题，寻找与人们生活相关的热点问题，同时针对热点问题与人们进行互动讨论，吸引听众注意力。

首先要抓住听众的生活话题。在新媒体环境下，在制作电台广播节目时，要进行大量的调查，抓住社会的关注热点。例如，针对目前大学生就业的问题，在大学生毕业的季节这是个非常让人关注的话题，对于如何提高大学生的就业率是大部分家长都关注的问题。电台节目可以在这一时期抓住这一热点进行广播，同时直播一些招聘以及就业信息。所以说，在编辑编辑节目时，要根据不同时期选择不同的节目，立足于听众的需求来编辑节目，注重编辑的节目和社会的契合度。此外，针对广播电台的特性，这属于一个直播类的节目，所以，在节目播出过程中，可以邀请观众一起参与问题的讨论，让观众根据问题发表自己的看法。通过这种方式可以提高观众的参与度和互动性，进而做到有效提高广播电台的收视率。所以，编辑要善于抓住社会中的热点问题进行编排节目。

此外，在新媒体环境下，广播电台的节目还要做到解决听众的问题。一般的电视节目觉得解决受众的问题非常麻烦，但对于广播电台而言，这是一个比较容易的事情。在广播电台直播时，听众的问题往往会立刻反馈到广播电台，而通常情况下，受众在广播电台提出的问题通常都是与生活直接相关，所以，直播人员在直播前先做好一些关于要讨论的问题的准备，然后根据自身经验及时给听众的问题提供答案，这是一般的电视节目所达不到，属于广播电台的优势。广播电台要利用好这一优势，一方面实现解决人们烦恼的目的，另一方面拉近了电台和听众之间的距离，提高了电台收听率，受到越来越多的人的欢迎，同时对广播电台今后的可持续发展具有重要的作用。

4.2 树立创新意识，重新定位编辑工作

广播电台属于一种传统的多媒体方式，它主要是通过受众的收听和互动工作的，伴随着目前市场激烈的竞争，广播电台要打破传统的思维方式，努力做到创新，才能够适应当今社会的要求。面对节目的编辑，需要采用多样化的编辑手段，使节目变得更有创造力和感染力，这样才能吸引更多的听众，提高节目收视率。创新是艺术前进的重要动力之一，广播电台也属于艺术的一种，它也需要不断地创新，打破传统的禁锢，才能拥有核心竞争力。因此，创新意识是编辑人员必不可少的意识。编辑人员在发现问题的关键的前提下，从新的视角去解读问题，提炼热点问题的关键要素，结合生活的一点一滴，再利用多元化的手段进行创作。这是编辑工作人员进行创新所需要采取的手段，只有通过这样，不断地强化创造力，才能够使广播电台的节目更具有艺术感染力，更具备社会价值，满足人们的生活需求。

同时，对于目前编辑工作所处的地位也要重新定位。在新媒体环境下，传播信息的媒介生存环境发生了巨大的变化，广播电台要改变以往的传统媒体方式，要积极利用好互联网这一利器，引导听众收听节目，关注节目。

4.3 以受众需求为准，增强互动交流

随着信息技术的快速发展，人们对信息质量的要求越来越高。目前，各式各样的媒体充斥着市场，新媒体、自媒体等发展迅速，传统媒体如果要想在激烈的竞争中获得一席之地，就要进行转型，就要满足用户对信息的需求，立足于用户的需要，增强和用户之间的交流互动。广播电台在编辑节目时，要充分关注用户需求，以大众需要为基础，制作满足用户需要的节目，同时，从用户的兴趣出发，了解用户对节目的意见，及时对节目进行修改，进而做出相应的创新和改变，通过在制作节目的过程中结合受众意见的方式充分做到满足用户需求的目的。此外，节目组还可以扩大用户讨论的方式，例如，可以建立官方的微信、微博，引导受众参加节目讨论，并通过让用户留言的方式，在有限的时间内收到更多的用户反馈，拓宽信息传播的渠道。

在新媒体环境下，我国的广播电台竞争激烈，所以，编辑要立足受众需求，对节目进行精心编辑。高质量的节目有助于树立节目自身的品牌效应，提高自身的地位。很多新闻事件具有突发性和实效性，广播电台通过对新闻的连续报道，可以最大程度地做到吸引观众注意力的目的。同时，广播电台对新闻的连续性报道，有助于形成自身的报道特色，引导听众思考社会问题。

4.4 增强节目的多元化

在新媒体环境下，广播电台编辑不仅需要对节目进行创新，还要让节目多元化，创新思路，对节目进行多元模块化的设计，让听众积极参与到节目中，并且积极

听取用户的建议和反馈，提升广播电台的品牌形象。例如，可以在节目中设置一些新闻互动，访谈的环节，让受众与主持人以互换身份的方式进行交流，进而解决用户的问题，满足受众的内在需求，拉近媒体和受众之间的距离，进而增进电台对受众的吸引力，提高广播电台的收听率。

目前，广播电台的节目也有很多，但往往参差不齐，随着新媒体时代的到来，各类新媒体不断压缩传统媒体的生存空间。例如微博、微信的出现就是新媒体背景下的巨大成就，这些方式极大地便利了人们获取信息的方式，它们可谓是传统媒体的巨大补充，当然，随着社会的发展，它也会变成传统媒体的一种。为了生存，传统媒体就要不断地转变，进行全方位的改革，同时，对节目内容进行创新。但是，现在的互联网时代，信息纷繁复杂，海量多变，广播电台即便丰富了节目的多元化，往往会起到反效果，这就需要节目组在编辑节目时做到严格把关，广播电台等需要明确自身的使命和责任，要积极引导主流的价值观念，传播健康的思想，在丰富节目的同时对各类信息进行严格把控

此外，在新媒体环境下，广播电台要充分认识到编辑策划的重要性。在以往的发展过程中，广播节目的传播形式比较单一，受众通过收音机收听节目，但是，伴随信息技术的发展，这种单一的方式限制了广播电台的发展，许多电台纷纷与多媒体进行合作，在一定程度上拓宽了电台的传播途径。但广播电台在这一方面比较受限，做的还不到位。所以，在新媒体环境下，广播电台要充分认识到编辑策划的重要性，进而拓宽广播电台的品牌影响力。在今后的发展中，节目组要重视编辑策划，积极对节目进行大力度的宣传，让受众能够充分了解节目。编辑工作人员要学会从各种不同的角度去挖掘、思考、分析问题，对信息进行加工，进而制作出高质量的节目。

4.5 加强编辑人员的综合能力

首先，在新媒体环境下，广播编辑者要保持严谨的工作态度，广播电台可以引导舆论的方向，所以，编辑工作者要正确认识自身的地位，引领正确的价值观，要善于从各方面收集信息、分析问题；其次，还要重视听众各方面的来信，进而与听众保持密切的联系；最后，广播者在广播之前要充分做好调查，以便应对听众的突发问题。最重要的是，广播编辑工作者要对信息做好取舍，要时刻保证自身的政治导向，在选稿编辑用词时，需要对信息进行严格把关，不断创新，避免盲目追赶潮流。

在新媒体环境下，广播内容在编稿时往往需要对内容进行取舍、压缩、整合，确保内容符合广播发稿的要求。这就需要编辑工作者具有较高的工作能力和专业素养，所以，广播工作者要不断地加强学习，进而提高自身各方面的素养。同时，广播编辑工作者要具有敏锐的政治性，要以高度的政治责任感投入到日常工作中，凭借敏锐的洞察力去搜集信息。总之，广播电台可以说是为人民服务的，它是党和人民的喉舌，所以，要具有高度的政治素养，在日常工作中始终保持冷静，坚守政治工作底线，具有较高的政治素养。

新媒体环境，对编辑和策划工作人员有着更高的要求，编辑工作人员要积极学习各种先进的新闻编辑技巧和节目制作手段，更新理念，提高自身编辑策划的专业能力和水平。此外，编辑工作人员还要积极地总结经验，加强与同行之间的交流，促进广播电台的可持续发展。

结语

总之，随着信息技术的快速发展，在新媒体背景下，广播电台的发展受到了很大的冲击和挑战，同时，这也是广播电台的一个机遇。广播电台要充分认识到编辑与策划创新的重要性，积极转型，与时俱进，制作出高质量的节目，促进广播电台的可持续发展。媒

参考文献

[1] 邵煊 . 基于新媒体时代下广播电台新闻编辑策划的创新 [J]. 魅力中国，2017（17）：221.

[2] 高博 . 新时期广播电台新闻编辑策划创新与取向探究 [J]. 今传媒（学术版），2018（5）：144-145.

[3] 张闻 . 新媒体时代广播电台新闻编辑策划创新探究 [J]. 新闻传播，2017（18）：49-50.

（作者单位：吉林省延边广播电视台）